竖屏剧将是视频网站争夺的新领地

摘 要：随着移动互联网技术的快速发展，智能手机的用户越来越多，使竖屏模式更能满足手机用户的习惯及碎片化阅读和传播的需求，同时，竖屏模式的广告转化率也更高。随着竖屏在国内外视频网站的应用越来越火爆，以信息和内容为主的短视频开始向竖屏剧迭代，虽然竖屏不会完全取代横屏，但竖屏剧必将成为移动传播时代的新潮流。

关键词：竖屏；短视频；移动传播；视频网站；视听新媒体

中图分类号：G206 文献标识码：A

文 / 郭全中

2017 年是短视频行业的爆发期，目前用户数、使用时长、市场规模都在高速增长。根据《2018 年中国网络视听发展研究报告》显示，截至 2018 年 6 月，短视频用户规模为 5.94 亿，占网络视频用户 97.5%；预计全年行业的市场规模将超 118 亿元，同比增长 106%，占比迅速扩张 [1]。而根据 QuestMoboile 10 月发布的《中国移动互联网 2018 秋季大报告》显示，2018 年 9 月，短视频月活规模 5.18 亿人，为在线视频 10.61 亿人的 48.8%；但短视频的用户总使用时长占比为 8.8%，几乎与在线视频的 9% 持平 [2]。可以看出，相比已经接近天花板的长视频，各大视频网站更要去抢占短视频市场，而短视频形式与长视频内容兼容的竖屏短剧显然是较佳形式。

1. 竖屏应用火爆

竖屏传播起始于 2011 年 9 月上线的短视频平台 Snapchat，也是其重要的标志，目前 Snapchat 的日活跃用户数量（daily active user，DAU）超过 1.5 亿，日均视频浏览量高达 100 亿人次，市值近 70 亿美元，估值也一度超过 250 亿美金。NBC、CNN 等国际主流媒体纷纷在 Snapchat 开启竖屏资讯。国外的其他视频网站竖屏也起着越来越大的作用。相关数据显示，YouTube 2017 年用户上传的竖屏视频数量同比增长了 50%；BBC 在 2016 年制作了“本日视频”的竖屏视频版块，并推出了相关的 APP；今年 6 月，Instagram 旗下的竖屏长视频应用 IGTV 也已上线 [3]。

国内的竖屏应用所起的作用更大。主打竖屏短视频应用的抖音 APP 仅用 14 个月 DAU 就过亿，目前 DAU 已破 2 亿，月活破 4 亿；尤其在用户使用时间方面，其独立 APP 总使用时长已超百度系和阿里系位居第二，仅次于腾讯；各大卫视与平台都将竖屏短视频合作纳入自己跨屏互动的战略之中；万宝龙甚至携手抖音进军竖屏广告行业。2017 年优酷宣布全网首推竖屏资讯，此后爱奇艺、腾讯视频纷纷进入竖屏内容制作领域，爱奇艺 CEO、创始人龚宇在今年的爱奇艺 IJOY 悦享会上认为“竖屏内容一定会变成未来的一个主流方向”。

2. 竖屏短剧火爆的深层次原因

最近由爱奇艺出品的一部竖屏短剧《生活对我下手了》，在上线当天就获得单集热度突破 5900 点，点赞数高达 25 万并且跃升爱奇艺剧集热度值第 4 名的不俗成绩。所谓竖屏短剧，是指拍摄方式采取的是竖屏，宽高比为 9:16，剧集时长短，每集之间没有剧情衔接，并且用户可以即时点赞和评论。那么，竖屏短剧到底有什么样的魔力让用户高度着迷？

2. 1 竖屏更符合手机用户使用习惯

移动互联网时代智能手机已经成为获取信息的核心入口，而智能手机的用户多采取竖屏习惯，根据 MOVRMobile 的报告显示：智能手机用户有 94% 的时间将手机竖版持握而非横版；英国调研机构 Unruly 的一项调查显示：52% 的手机用户习惯将屏幕方向锁定为竖向 [3]。尤其是随着抖音、微视、快手等短视频平台的爆火，用户更是养成了竖屏观剧的习惯，很多人不再愿意为了观看横屏剧而旋转手机。

2. 2 竖屏更能满足用户需求

一方面，竖屏传播的灵活性和互动性更强，更适合碎片化阅读和传播；另一方面，竖屏可以把自己天然“拉长变瘦”而不是“变宽变胖”，能够让主播或用户更好地展现自身形象。对竖屏剧来讲，纵向视频拍摄更易突出剧中人物的微表情而忽略其他无关细节 [4]。视频内容的受众在观看过程中无需频繁地进行切换，因此，可同时进行评论、截图和分享等，通过社交进行传播更符合移动传播时代的特征。

2.3 竖屏广告转化率更高

由于竖屏能够更好地获取用户的关注，进而大幅度提高视频播放效率与广告利润转化率。根据相关数据显示，LG 竖屏视频广告的千人成本（cost per mille，CPM）比 Facebook 上的标准视频效率高出 3 倍；Snapchat 的全屏竖屏视频广告的播放完成率比横屏视频广告高 9 倍 [5]。

3. 竖视频时代更需要小而美的竖屏剧

3.1 视频网站的竖屏剧战略已经取得了很好的开端

（1）优酷。采用“自制 + 媒体机构合作 +PGC”相结合的形式进行竖屏资讯内容集中投放，并且自制头部综艺《这就是街舞》等也加入了竖屏矩阵，显而易见的是，以信息和内容为主的短视频开始向竖屏剧快速迭代。

（2）腾讯。2017 年 6 月 21 日推出了陈晓楠主持的国内首档竖屏访谈节目《和陌生人说话》（见图 1），收获了豆瓣评分 9.2 分的高分，每期时长约 15 分钟；11 月上线的“yoo 视频”旨在生产和吸纳竖屏形式的 Vlog 与 Vstory，短剧与微综艺。





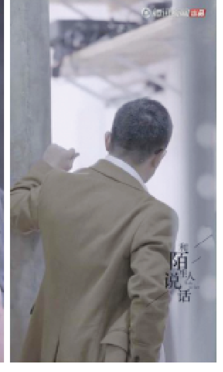


图 1 《和陌生人说话》节目截屏

（3）爱奇艺。由爱奇艺出品、开心麻花马丽主演的首部竖屏减压网络剧《生活对我下手了》已于 2018 年 11 月 26 日播出，收获了豆瓣 7.2 分的良好口碑。此外，2018 年 3 月 14 日，改编自同名漫画 IP 的耽美题材竖屏真人剧《颜冬先生别过来》在漫漫漫画和 B 站上线，每集 4 分钟，共 10 集。

3.2 竖屏和横屏会形成很好的互补关系

竖屏不可能取代横屏，正如横屏不能取代竖屏一样，不同的人物关系、背景环境等需要不同的表现形式，竖屏同台人物关系等的表达显然不如横屏。此外，竖屏剧更适合碎片化、短时长、快餐式的剧情，而对于长视频、深思考的剧情，无疑横屏的表现形式更好。

3.3 专业化生产将成为主流

在竖屏剧发展的初期，制作水平一般的竖屏剧也能引起大家的关注，但是当竖屏剧发展相对成熟时，就必须大幅度提升专业化水平。这就要求有能力的创新团队既要用专业化模式去打造“小而美”的竖屏剧，又能打造属于自己的竖屏剧品牌。

结语

在智能手机普及的时代，竖屏视频更适合手机用户的使用习惯及移动场景，毫无疑问，是新技术与传播模式相融合的结果，目前已被越来越多的媒体接受，观看时间占比也不断提高，逐渐在短视频领域获得偏爱，因此，竖屏剧必将成为移动传播时代的新潮流。虽然竖屏在未来并不会完全取代横屏，但是会成为短视频样态的有益补充。未来业界除了在传播器、拍摄设备等方面继续进行技术创新外，还应该对竖屏剧的创作逐渐形成标准，并不断丰富竖屏剧的原创内容。媒

参考文献

[1] 廖俊玉．文化产业管理专业创新创业实践的教学改革探究 [J]. 新闻研究导刊，2018，9（22）：31–32.

[2] 浙江在线．《中国移动互联网 2018 秋季大报告》出炉 短视频用户时长占比接近长视频 [EB/OL].[2018–12–18]. http：//ec.zjol.com.cn/ezx/201810/t20181030_8613415.shtml.

[3]MISS C. 竖屏或成为剧集制作的发展新方向 [EB/OL].[2018–12–25]. http：//www.sohu.com/a/283992074_613537.

[4] 杜佳冰．竖屏格式在移动端访谈纪实节目中的应用探析——以《和陌生人说话》为例 [J]. 新媒体研究，2018，4（8）：47–49.

[5] 腾讯新闻．社交竖屏叫板传统横屏，新兴的交互方式将带来怎样的冲击？ [EB/OL].[2018–12–18].https：//news.qq.com/original/quanmeipai/shushipin.html.

作者单位：中共中央党校（国家行政学院）